

**PENERAPAN PSAK NO 1 TENTANG PENYAJIAN LAPORAN  
KEUANGAN DAN PSAK NO 2 TENTANG LAPORAN ARUS KAS  
DALAM UKM YANG TELAH GO PUBLIK**

**(Sebuah Meta Analisis Pada Laporan Keuangan PT. Golden Retailindo Tbk)**

**S K R I P S I**



**Diajukan Oleh:**

**ORLANDO HOYARANDA**  
**0913010012/FE/EA**

**Kepada**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
2013**

**PENERAPAN PSAK NO 1 TENTANG PENYAJIAN LAPORAN  
KEUANGAN DAN PSAK NO 2 TENTANG LAPORAN ARUS KAS  
DALAM UKM YANG TELAH GO PUBLIK**

**(Sebuah Meta Analisis Pada Laporan Keuangan PT. Golden Retailindo Tbk)**

**S K R I P S I**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Akuntansi**



**Diajukan Oleh:**

**ORLANDO HOYARANDA  
0913010012/FE/EA**

**Kepada**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"**

**JAWA TIMUR**

**2013**

**USULAN PENELITIAN**

**PENERAPAN PSAK NO 1 TENTANG PENYAJIAN LAPORAN  
KEUANGAN DAN PSAK NO 2 TENTANG LAPORAN ARUS KAS  
DALAM UKM YANG TELAH GO PUBLIK**

**(Sebuah Meta Analisis Pada Laporan Keuangan PT. Golden Retailindo Tbk)**

**Yang diajukan**

**ORLANDO HOYARANDA**

**0913010012/FE/EA**

**Telah Disetujui Untuk Diseminarkan Oleh:**

**Pembimbing Utama**

**DR. INDRAWATI Y. MM, AK**  
**NIP: 19661017 199303 2001**

**Tanggal: .....**

**Mengetahui**

**Ketua Program Studi Akuntansi**

**DR. HERO PRIONO, SE, M.SI, AK**  
**NIP: 19611011 199203 1001**

**USULAN PENELITIAN**

**PENERAPAN PSAK NO 1 TENTANG PENYAJIAN LAPORAN  
KEUANGAN DAN PSAK NO 2 TENTANG LAPORAN ARUS KAS  
DALAM UKM YANG TELAH GO PUBLIK**

**(Sebuah Meta Analisis Pada Laporan Keuangan PT. Golden Retailindo Tbk)**

**Yang diajukan**

**ORLANDO HOYARANDA**

**0913010012/FE/EA**

**Telah Diseminarkan dan Disetujui Untuk Menyusun Skripsi Oleh:**

**Pembimbing Utama**

**DR. INDRAWATI Y. MM, AK**  
**NIP: 19661017 199303 2001**

**Tanggal: .....**

**Mengetahui**

**Ketua Program Studi Akuntansi**

**DR. HERO PRIONO, SE, M.SI, AK**  
**NIP: 19611011 199203 1001**

**PENERAPAN PSAK NO 1 TENTANG PENYAJIAN LAPORAN  
KEUANGAN DAN PSAK NO 2 TENTANG LAPORAN ARUS KAS  
DALAM UKM YANG TELAH GO PUBLIK**

**(Sebuah Meta Analisis Pada Laporan Keuangan PT. Golden Retailindo Tbk)**

**Yang diajukan**

**ORLANDO HOYARANDA**

**0913010012/FE/EA**

**Disetujui Untuk Lisan Oleh:**

**Pembimbing Utama**

**DR. INDRAWATI Y. MM, AK**  
**NIP: 19661017 199303 2001**

**Tanggal: .....**

**Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional Jawa Timur**

**DRS. EC. RA. SUWAIDI, MS**  
**NIP: 19600330 198603 1003**

**SKRIPSI**

**PENERAPAN PSAK NO 1 TENTANG PENYAJIAN LAPORAN  
KEUANGAN DAN PSAK NO 2 TENTANG LAPORAN ARUS KAS  
DALAM UKM YANG TELAH GO PUBLIK**

**(Sebuah Meta Analisis Pada Laporan Keuangan PT. Golden Retailindo Tbk)**

**Disusun Oleh:**

**ORLANDO HOYARANDA**  
**0913010012/FE/EA**

**Telah Dipertahankan dan Diterima Oleh  
Tim Penguji Skripsi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Pada Tanggal 03 Mei 2013**

**Pembimbing:  
Pembimbing Utama:**

**Tim Penguji:  
Ketua:**

**Dr. Indrawati Y., MM, Ak**  
**NIP: 19661017 199303 2001**

**Dr. Indrawati Y., MM, Ak**  
**NIP: 19661017 199303 2001**  
**Sekretaris:**

**Dra. Ec. Anik Y., MAks**  
**NIP: 19610831 199203 2001**  
**Anggota:**

**Drs. Ec. Tamadoy T., MM**  
**NIP: 19630524 198803 1001**

**Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”  
Jawa Timur**

**Dr. H. Dhani Ichsanuddin Nur, MM**  
**NIP: 19630924 198903 1001**

*2 Tawarikh 15:7*

*“Tetapi kamu ini, kuatkanlah hatimu,  
Jangan lemah semangatmu, karena ada upah bagi usahamu!”*

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, karena atas segala rahmat dan karuniaNya penulis dapat berkesempatan untuk dapat melaksanakan kegiatan kuliah di UPN “Veteran” Jawa timur serta menyelesaikan skripsi dengan judul: **“PENERAPAN PSAK NO 1 TENTANG PENYAJIAN LAPORAN KEUANGAN DAN PSAK NO 2 TENTANG LAPORAN ARUS KAS DALAM UKM YANG TELAH GO PUBLIK (SEBUAH META ANALISIS PADA LAPORAN KEUANGAN PT GOLDEN RETAILINDO TBK)”**.

Tujuan dari penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Keberhasilan penulisan menyelesaikan skripsi ini tentu tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan yang baik ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MP, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Drs. Ec. H. Rachman A. Suwaidi, MS, selaku Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak Dr. Hero Priono, SE, MSi, Ak, selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.



5. Ibu Dr. Indrawati Y. MM. Ak, selaku dosen pembimbing yang dengan sabar membantu dan meluangkan waktu dalam membimbing penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Seluruh dosen jurusan akuntansi dan staff Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan banyak bekal ilmu pengetahuan.
7. Keluarga penulis tempat bernaung, orangtua yang tidak mudah puas dengan prestasi penulis dan selalu ingin penulis melakukan lebih, dan saudara penulis yang selalu memberikan dukungan dalam doa, moril dan materil sehingga terselesaikannya skripsi ini.
8. Paldano, seorang yang lebih dari sekedar sahabat, dari tanah Minang yang selalu memberikan dukungan jarak jauh dan paket-paket yang mengejutkan serta tidak segan-segan untuk menelepon dan menegur penulis yang malas.
9. Kristanto Winardi, SE, seorang teman semenjak SD yang selalu memberikan bantuannya ketika peneliti kesulitan menyusun skripsi, dan selamat karena telah menjadi wisudawan terbaik.
10. Teman seperkumpulan, Vrischa L.O., Fia Fanny H, Natalia Dwi D., Paian Sabam S., Rizkie A.R., Rifqi A., Rosidah, dkk yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan dan doanya.

Semoga Tuhan Yesus Kristus senantiasa membalas dan melimpahkan kasih karuniaNya kepada seluruh pihak yang berjasa. Terima kasih dan syalom.

Surabaya, April 2013  
Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	vii
<b>ABSTRAKSI</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	11
1.3. Tujuan Penelitian .....	11
1.4. Manfaat Penelitian .....	12
1.5. Fokus Penelitian .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	14
2.2. Landasan Teori.....	18
2.2.1. Kriteria UKM Menurut Beberapa Lembaga.....	18
2.2.2. Kerangka Dasar Penyusunan dan Penyajian Laporan Keuangan .....	21
2.2.2.1. Tujuan Laporan Keuangan.....	21
2.2.2.2. Komponen Laporan Keuangan .....	22
2.2.2.3. Penyajian Secara Wajar .....	42
2.2.2.4. Kebijakan Akuntansi .....	43
2.2.2.5. Kelangsungan Usaha .....	45

2.2.2.6. Dasar AkruaI .....	46
2.2.2.7. Konsistensi Penyajian.....	47
2.2.2.8. Materialitas dan Agregasi .....	47
2.2.2.9. Saling Hapus (Offsetting) .....	48
2.2.2.10. Informasi Komparatif .....	49
2.2.2.11. Identifikasi Laporan Keuangan .....	50
2.2.1.12. Periode Pelaporan.....	52

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1. Jenis Penelitian.....	54
3.2. Sumber dan Jenis Data .....	56
3.3. Prosedur Pengumpulan Data.....	56
3.4. Teknik Analisis Data .....	57
3.5. Keabsahan Data.....	58
3.6. Desain Studi .....	64

### **BAB IV DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. PT Golden Retailindo Tbk.....	69
4.2. Penerapan PSAK No. 1 dan PSAK No. 2 Tahun 2012 Konferensi IFRS Pada UKM Yang Telah Go Public .....	71
4.2.1. Penyajian Laporan Keuangan Secara Umum .....	71
4.2.1.1. Kepatuhan Penyajian Laporan Keuangan Dengan PSAK No. 1 dan PSAK No. 2 Tahun 2012 Konferensi IFR .....	72
4.2.1.2. Frekuensi Pelaporan .....	73
4.2.1.3. Konsistensi Penyajian.....	74

4.2.1.4. Informasi Komparatif .....	79
4.2.1.5. Kelengkapan Laporan Keuangan .....	81
4.2.1.6. Identifikasi Laporan Keuangan .....	82
4.2.2. Laporan Posisi Keuangan .....	84
4.2.2.1. Informasi Yang Disajikan Dalam Laporan Posisi Keuangan .....	84
4.2.2.2. Pembedaan Lancar dan Tidak Lancar .....	87
4.2.3. Laporan Laba Rugi Komprehensif .....	97
4.2.3.1. Penyajian Laporan Laba Rugi Komprehensif .....	97
4.2.3.1. Metode Analisis Beban .....	99
4.2.4. Laporan Perubahan Ekuitas .....	100
4.2.5. Laporan Arus Kas .....	104
4.2.5.1. Informasi Yang Disajikan Dalam Laporan Arus Kas .....	104
4.2.5.2. Transaksi Non Kas .....	105
4.3. Rekapitulasi Pembahasan .....	106
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan .....	114
5.2. Saran .....	114
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>116</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>118</b>

## DAFTAR TABEL

1.1. Tabel Daftar Perusahaan UKM yang Melakukan Penawaran Umum Perdana di Bursa Efek Indonesia Sampai Dengan Akhir 2011 .....	8
3.1. Tabel Desain Studi .....	62
4.1. Tabel Rekapitulasi Pembahasan .....	105

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Laporan Keuangan PT Golden Retailindo Periode 2011 .....	118
Lampiran 2 Laporan Keuangan PT Golden Retailindo Periode 2010 .....	158

## ABSTRAK

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian skripsi ini adalah kesesuaian penerapan PSAK No 1 tentang penyajian laporan keuangan dan PSAK No 2 tentang laporan arus kas tahun 2012 konvergensi *IFRS* dalam penyusunan laporan keuangan UKM yang telah *go public*. Dimana selama ini UKM selalu dianggap sebagai usaha masyarakat yang berukuran kecil, bahkan mikro, tidak *bankable*, tidak memiliki sumber daya manusia yang kompeten, tidak memiliki pelaporan keuangan yang standard, dan bahkan dianggap tidak mungkin bagi UKM untuk *go public*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah pelaporan keuangan UKM yang telah *go public*. Data UKM yang telah *go public* didapatkan dari laporan studi kasus Tim Studi Potensi Perusahaan UKM Untuk *Go Public* dari Bapepam LK, Departemen Keuangan Negara Kesatuan Republik Indonesia tahun anggaran 2011. Dari hasil studi tersebut didapatkan 9 UKM yang telah *go public* sampai akhir tahun 2011, setelah ditelusuri lebih lanjut 4 UKM telah gugur, 4 UKM telah “menjelma” menjadi perusahaan besar, dan hanya satu yang masih tersisa sebagai UKM berstatus *go public*. Dasar klasifikasi suatu emiten sebagai UKM didasarkan pada UU RI No. 20 Tahun 2008 BAB IV KRITERIA, dan Peraturan Ketua Bapepam KEP-11/PM/1997 (tentang perubahan peraturan IX.C.7 tahun 1996).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode meta analisis. Data bersifat sekunder karena itu pengumpulan data dilakukan dengan *mendownload* laporan keuangan yang telah di *publish* di *website* Bursa Efek Indonesia. Analisa dilakukan dengan membandingkan data yang telah diperoleh dengan standar penyajian laporan keuangan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa laporan keuangan PT Golden Retailindo Tbk telah disusun sesuai dengan kriteria standar penyajian laporan keuangan, sehingga kemungkinan bagi perusahaan dalam menarik minat investor domestik maupun internasional, terbuka lebar.

Keyword: UKM, *Go Public*, Laporan Keuangan, *IFRS*

## **ABSTRACT**

The problems studied in this research is the appropriateness of prescriptions of IFRS adoption on the No. 1 financial statement presentation and IFRS No. 2 of the statement of cash flows in 2012 convergence to the new type of IFRS in financial reporting of SMEs that has been going public. Where this for SMEs is often considered as a small-sized community business, even ovens, are not bankable, do not have competent human resources, do not have the financial reporting standards, and even considered not possible for SMEs to go public. The purpose of this study was to find out how SMEs financial reporting that has been going public. SMEs' data were obtained from the report went public case studies of SMEs Tim Study Potential To Go Public Enterprises from Bapepam LK, Department of Finance of the Republic of Indonesia 2011 budget. From the results of these studies were obtained 9 SMEs go public until the end of 2011, after more searching SMEs 4 are dead, 4 SMEs has been "transformed" into big business, and the only one that was left as a status UKM go public. Classification policy as an SME issuers based on UU RI No.. 2008 20 CHAPTER IV CRITERIA, and regulation of Bapepam KEP-11/PM/1997 (about IX.C.7 rule change in 1996).

The approach used in this study is a qualitative approach using meta-analysis methods. Secondary nature of the data because the data collection is done by downloading the financial report that has been publish on the website of Indonesia Stock Exchange. Analysis is performed by comparing the data obtained with the standard presentation of financial reports.

The results showed that the financial report of PT Golden Retailindo Tbk has been compiled in accordance with the financial statement presentation standard criteria, so it is likely to attract enterprises in domestic and international investors, wide open.

**Keyword:** UKM, Go Public, Financial Reporting, IFRS



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **I.1. Pendahuluan**

Usaha kecil dan menengah (UKM) memegang peranan penting dalam perekonomian karena dapat menjadi ujung tombak industri nasional, menyerap tenaga kerja, menyumbang devisa dan ikut membayar pajak. Dari sudut pandang dunia, telah diketahui bahwa usaha kecil dan menengah (UKM) memainkan peran yang penting dalam perekonomian, karena UKM merupakan sumber pekerjaan primer atau menciptakan lapangan pekerjaan dan ikut berperan dalam pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara berkembang namun juga dalam negara maju (Tulus Tambunan, 2008).

Dari data statistik Uni Eropa, 20 juta unit merupakan UKM, dari total 99% entitas yang tercatat (Sorin Briciu, 2012). Fokus utama Uni Eropa adalah membentuk kebijakan untuk mendukung keberhasilan UKM di Eropa. Perkembangan ini dimulai dari tahun 2008 dengan dikeluarkannya dokumen "*Think Small First - The Small Business Act* " untuk mendasari program-program dukungan untuk UKM Uni Eropa.

Jepang, salah satu dari negara-negara industri paling maju, merasa bahwa pengembangan UKM merupakan hal yang sangat penting.

Pemerintah Jepang telah mengembangkan Undang-Undang Usaha Kecil dengan fokus utama untuk mempromosikan inovasi bisnis dan bisnis baru agar bias berkembang menjadi bisnis yang independen.

India, juga menempatkan perhatian yang besar pada pengembangan UKM. Untuk membantu meningkatkan pembangunan ekonomi, pemerintah India telah mengembangkan "Undang-Undang Pembangunan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah " sejak tahun 2006. Tindakan ini memiliki dampak yang signifikan terhadap pengembangan usaha kecil dan mengarah ke dinamika perkembangan ekonomi India selama krisis (Sorin Briciu, 2012).

Di Kanada, pengembangan UKM sendiri telah menjadi perhatian utama bagi semua orang. Hal ini dapat dilihat bahwa pemerintah Kanada memberikan fasilitas penasehat pajak dan perbankan kepada mereka yang ingin memulai atau mengembangkan bisnis, bersama dengan keuntungan lain dari penyederhanaan prosedur yang berkaitan dengan pendaftaran dan memulai bisnis baru.

Beberapa peneliti dari Negara lain pun meneliti UKM dengan aspek yang berbeda-beda. Seperti studi dari Romania yang menyatakan bahwa kesehatan ekonomi bergantung pada dinamika dari UKM dan tingkat kesuksesan UKM dalam pasar domestik dan internasional (Mariana Lucreția Constantinescu, 2011). Aktivitas UKM Rumania dipengaruhi oleh beberapa faktor: transisi ke ekonomi pasar dari negara-

negara sosialis mantan Eropa Tengah dan Timur dan peningkatan daya tarik negara-negara akibat reformasi ekonomi dan integrasi ke struktur Euro-Atlantik, seperti dalam kasus Rumania, proses globalisasi pasar telah menggiatkan turbulensi lingkungan dari sektor ini, dan kapasitas penyerapan teknologi dari ekonomi Rumania. Untuk mempertahankan pertumbuhan ekonomi dan sosial di Rumania diperlukan rancangan ekonomi dan sosial seperti: a) reformasi struktural yang diperlukan untuk meningkatkan efektivitas pemerintahan; b) pemerintah Rumania harus merancang tanpa menunda tujuan baru ketahanan ekonomi dalam upaya untuk melawan dan kemudian dengan cepat meredam dampak dari krisis keuangan yang mempengaruhi perekonomian c) untuk Rumania, dana Uni Eropa dapat menjadi solusi yang sangat efisien dan Rumania harus belajar dari pengalaman Polandia, yang itu satu-satunya negara Uni Eropa yang memiliki pertumbuhan ekonomi selama 2009 dengan tingkat pertumbuhan 1,7%, sementara semua negara anggota Uni Eropa lainnya berada dalam resesi.

Studi lain meneliti perkembangan UKM melalui media periklanan (Januz K. Grabara). Jelas bahwa setiap perusahaan memiliki profil yang berbeda ditinjau dari aktivitas produksinya dan mungkin memiliki bentuk iklan yang paling cocok untuk aktivitas mereka dan dengan demikian, secara signifikan berkontribusi terhadap pertumbuhan atau meningkatkan jumlah kontrak pelanggan. Sebagai pasar iklan terus berubah, setiap saat, ada strategi periklanan baru dan bentuk-bentuk baru

dari periklanan, setiap perusahaan memiliki kesempatan untuk mendapatkan manfaat dari keragaman dari media periklanan. Iklan televisi mungkin adalah bentuk yang paling populer karena fakta menyatakan bahwa hampir setiap rumah tangga memiliki televisi. Tentunya jenis iklan ini tidak mungkin dilakukan oleh pemilik usaha kecil, karena biaya yang diminta oleh stasiun televisi (yang melakukan *broadcast*) relatif tinggi, hanya sedikit perusahaan yang tertarik dalam mengiklankan dengan media televisi. Iklan televisi tetap menjadi domain dari perusahaan besar karena iklan televisi memiliki kemampuan untuk menjangkau khalayak terbesar yang mencakup seluruh negeri. Selain iklan televisi, bentuk iklan yang cukup populer dan banyak digunakan adalah Internet. Terlepas dari kenyataan bahwa hampir setiap rumah tangga memiliki komputer, namun hanya 36% dari rumah tangga menyatakan memiliki akses ke Internet ([www.interstats.pl](http://www.interstats.pl)). Namun, Internet adalah media yang diperkirakan memiliki peningkatan konstan dalam jangkauan dan dapat diasumsikan bahwa dalam waktu dekat akan menjadi peralatan rumah tangga yang umum seperti televisi. Iklan online adalah alat iklan efektif untuk perusahaan kecil maupun besar. Internet menawarkan banyak cara untuk mengiklankan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Di Indonesia, keberadaan UKM sebenarnya sudah ada sejak lama. Dimulai dari disahkannya UU No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil yang kemudian diperbaharui dengan UU RI No. 20 TAHUN 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah.

Seperti UKM lainnya di negara-negara lain, UKM di Indonesia dalam kondisi kritis tetap mampu bertahan dan menunjukkan kinerja yang kuat. Banyak orang mengatakan bahwa ekonomi kita dalam keadaan kritis. Namun, ini tidak dapat dibanding sama rata. Di beberapa wilayah Indonesia seperti Sulawesi, Kalimantan, Sumatera dan Maluku, banyak usaha kecil dan menengah yang tidak terkena dampak kritis. Justru banyak dari mereka yang menikmati hasil dari merosotnya nilai rupiah. Di sinilah suatu pandangan masa lalu yang mengatakan bahwa UKM penuh dengan resiko tidak terbukti kebenarannya. UKM mampu bertahan di tengah krisis karena : (1) sebagian besar usaha kecil menghasilkan barang-barang konsumsi (*consumer goods*) dengan ciri khasnya permintaan bersifat in-elastis terhadap perubahan pendapatan. Artinya, jika pendapatan masyarakat turun karena krisis, turunnya permintaan terhadap barang kecil, (2) mayoritas UKM mengandalkan pada *nonbanking financial* dalam aspek pendanaan. Maka ketika perbankan juga mengalami krisis, UKM tidak terpengaruh.

Sektor UKM pada kenyataannya mampu menunjukkan kinerja yang lebih tangguh dalam menghadapi masa kritis. Kontribusi sektor ini pada ekonomi nasional pun cukup signifikan. Menurut Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Syarif Hasan, pada Kamis (4/11/2010) dalam pembukaan acara Pameran Semarak Pemberdayaan Usaha Kecil Rambah Nusantara (Sempurna) di Jakarta menyatakan, kontribusi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) terhadap pengurangan kemiskinan

(Pendapatan Domestik Bruto/PDB) sudah mencapai 56 persen. Hal tercapai melalui pemberdayaan usaha mikro dan menengah, termasuk koperasi. Hal yang paling penting bagi Indonesia adalah bisa mengutamakan pemberdayaan usaha mikro dan kecil, karena diyakini merupakan cara yang paling tepat dalam meningkatkan penyerapan tenaga kerja di sektor kecil dan menengah. Kalau itu terjadi, maka dipastikan angka kemiskinan akan turun secara signifikan dan pemerintah sudah mengeluarkan segala macam kebijakan untuk mendorong pemberdayaan UKM.

Saat ini, perkembangan dari usaha mikro ke usaha kecil 12 persen peningkatannya. Sementara dari usaha kecil ke menengah sebesar 4 persen. Hal Ini merupakan indikator yang bagus, karena usaha yang paling mendominasi di Indonesia merupakan usaha mikro. Usaha mikro saat ini ada 52,1 juta unit dari total 52,76 juta unit usaha yang terdiri dari kecil dan menengah dan berskala besar di Indonesia. Sudah jadi komitmen pemerintah untuk mengerahkan semua daya dan pikiran khususnya menyangkut tentang kendala-kendala yang ada dalam UKM untuk diatasi. Pembiayaannya juga akan direlaksasi dan pemasaran juga kementerian Koperasi dan UKM akan memberikan pendampingan.

Tantangan yang berat bagi UKM di Indonesia adalah dengan dibukanya skema perdagangan bebas ASEAN-China Free Trade Agreement (ACFTA) sejak awal tahun 2010 yang lalu. Indonesia memasuki area perdagangan bebas di wilayah pendiri ASEAN (Malaysia,

Singapura, Filipina, dan Thailand) serta satu negara di luar ASEAN, yaitu Cina. Persaingan tidak lagi hanya didominasi antar produk dalam negeri, tetapi juga akan diramaikan dengan masuknya produk dari luar negeri (ASEAN dan Cina).

Di sisi lain, tantangan persaingan dalam suatu perjanjian pasar bebas dapat menjadi sebuah kesempatan emas bagi pelaku usaha UKM untuk memperluas pasar sampai ke luar negeri dengan mengeksport produk UKM ke sesama negara ASEAN dan juga Cina. Selain itu, perdagangan bebas akan member insentif tersendiri bagi investor asing untuk menanamkan modalnya di Indonesia. Hal ini dapat menjadi salah satu faktor yang akan mendukung perkembangan perekonomian nasional karena dapat membuka akses lapangan pekerjaan baru dan mengurangi tingkat kemiskinan.

Dalam pembukaan perdagangan saham awal tahun 2013, Wakil Presiden Boediono meminta otoritas pasar modal mendorong usaha kecil menengah (UKM) atau Small and Medium Enterprises (SME) masuk ke pasar modal. Langkah ini dimaksudkan untuk memudahkan dalam pencarian pendanaan modal ketimbang harus pinjaman dari perbankan. Selama ini banyak usaha kecil dan menengah yang berpotensi besar mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia. Namun belum dapat memiliki akses mencari pendanaan di pasar modal Indonesia.

Wacana agar sektor UKM bisa masuk pasar modal, merupakan isu lama (<http://www.depkop.go.id/>). Namun hal ini belum mendapatkan

respon serius dari otoritas pasar modal. Maka merespon apa yang diharapkan Wapres, kini menjadi agenda penting bagi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk mengatur payung hukum soal hal tersebut. Tentunya, apa yang menjadi keinginan pemerintah bila sektor UKM bisa masuk ke pasar modal sesuai yang diharapkan dengan mempertimbangkan risiko dan peluang yang ada tanpa memaksakan kehendak dengan tidak didukung kajian yang matang. Didukung dengan bukti nyata masuknya sektor UKM dalam pasar modal telah di buktikan oleh industri pasar modal di negara tetangga, seperti Malaysia dan Korea.

Sebenarnya, di Indonesia sendiri, menurut penelitian Tim Studi Potensi UKM untuk *go public* dari Kementrian Keuangan Republik Indonesia sampai akhir tahun 2011 telah ada 9 perusahaan yang dikategorikan sebagai UKM menurut UU RI yang telah terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia dan telah melakukan emisi saham. Sembilan emiten tersebut adalah:

No	Tahun	Nama	Bidang Usaha
1	2003	PT Okansa Capital Tbk	Perusahaan Efek
2	2004	PT Hortus Danavest Tbk	Perusahaan Efek
3	2004	PT Yulie Sekurindo Tbk	Perusahaan Efek
4	2004	PT Sanex Qianjiang Motor Indonesia Tbk	Otomotif
5	2005	PT Panca Global Securities Tbk	Perusahaan Efek
6	2006	PT Okansa Persada Tbk	Perdagangan
7	2007	PT Laguna Cipta Griya Tbk	Real Estate
8	2009	PT Inovisi Infracom Tbk	Teknologi Informasi
9	2011	PT Golden Retailindo Tbk	Industri Retail

Tabel 1.1 Daftar Perusahaan UKM yang Melakukan Penawaran Umum Perdana di Bursa Efek Indonesia Sampai Dengan Akhir 2011

Sumber: Tim Studi Potensi UKM Untuk *Go Public*



Dari kesembilan UKM yang terdaftar tersebut empat diantaranya telah menjelma menjadi perusahaan besar dengan total asset mencapai trilyunan rupiah. UKM – UKM tersebut adalah PT Yulie Sekurindo Tbk, PT Panca Global Securities Tbk, PT Laguna Cipta Griya, dan PT Inovisi Infracom Tbk. Jika dilihat, dengan melakukan emisi saham, kinerja emiten yang bersangkutan meningkat seiring dengan meningkatnya persaingan yang terjadi dan akuntabilitas yang bertambah sehingga secara tidak langsung memicu peningkatan kualitas kinerja emiten bersangkutan. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa UKM yang telah *go public* merasa kesulitan dengan persaingan dan peningkatan akuntabilitas yang dituntut oleh peraturan Bapepam-LK. Empat UKM terdaftar lainnya terbukti mengundurkan diri dengan tidak adanya laporan keuangan yang di upload dalam *website* Bursa Efek Indonesia. Keempat UKM tersebut adalah, PT Okansa Capital Tbk, PT Hortus Danavest Tbk, PT Sanex Qiangjiang Motor Indonesia Tbk, dan PT Okansa Persada Tbk. Sehingga dengan menjelamanya dan menundurkan dirinya masing-masing empat UKM, membuat PT Golden Retailindo Tbk sebagai satu-satunya emiten *go public* yang masih dapat dikategorikan sebagai UKM. Sehingga timbul beberapa pertanyaan apakah UKM benar-benar mampu dalam mengemban tanggung jawab sebagai emiten pengemisi saham. Apakah UKM masih terjebak dalam *mindset* bahwa UKM dikategorikan sebagai perusahaan kecil yang tidak *accountable*, tidak memiliki sumber daya yang memadai,

sehingga untuk bertahan dalam lingkungan persaingan yang sangat ketat UKM dinilai tidak mampu bertahan.

Sesungguhnya dengan masuknya UKM kedalam pasar modal berarti bahwa UKM memperoleh keuntungan yang cukup besar dari emisi saham yang dilakukannya. Beberapa keuntungan yang diperoleh antara lain:

1. Memperoleh sumber pendanaan baru dengan *cost of fund* yang relatif lebih kecil.
2. UKM menjadi lebih *bankable* karena setiap saat perbankan dapat mengakses laporan keuangan UKM setiap saat melalui bursa.
3. Meningkatkan *competitive advantage* untuk pengembangan usaha.
4. Meningkatkan kemampuan *going concern*, citra, dan nilai perusahaan.

Namun demikian bagi UKM yang telah go publik, diwajibkan untuk menyajikan laporan keuangannya menurut Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang berlaku di Indonesia. Telah diketahui bahwa SAK Indonesia telah dikonfergensikan dengan standar akuntansi keuangan internasional yang lebih dikenal sebagai *International Financial Reporting Standard (IFRS)* pada tahun 2012. Sebagai emiten yang memperdagangkan sahamnya kepada publik, dimana publik juga dapat berupa investor asing yang lebih menyukai laporan keuangan yang disajikan sesuai dengan *IFRS*, daripada laporan keuangan yang disajikan menurut SAK Indonesia sebelum konfergensi – atau bahkan SAK ETAP.

Sejauh mana implementasi UKM yang telah *go public* akan SAK konfergensi *IFRS* terhadap laporan keuangannya akan mempengaruhi tingkat akuntabilitas laporan keuangan UKM terkait di mata investor asing. Sehingga untuk menarik minat investor asing sebaiknya UKM – UKM yang telah *go public* segera menerapkan SAK konfergensi *IFRS*.

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan sebelumnya, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana implementasi PSAK – Konfergensi *IFRS* No 1 tentang Penyajian Laporan Keuangan dan PSAK – Konfergensi *IFRS* No 2 tentang Laporan Arus Kas dalam laporan keuangan UKM yang telah *go public*.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

“Bagaimanakah implementasi PSAK – Konfergensi *IFRS* No 1 tentang Penyajian Laporan Keuangan dan PSAK – Konfergensi *IFRS* No 2 tentang Laporan Arus Kas dalam laporan keuangan PT Golden Retailindo sebagai UKM yang telah *go public*?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Atas dasar rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah:

“Untuk mengetahui implementasi PSAK – Konfergensi *IFRS* No 1 tentang Penyajian Laporan Keuangan dan PSAK – Konfergensi *IFRS* No 2 tentang

Laporan Arus Kas dalam laporan keuangan PT Golden Retailindo sebagai UKM yang telah *go public*.”

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang akan didapatkan dari pelaksanaan penelitian ini adalah:

##### **1. Bagi Peneliti**

- a. Menambah pengetahuan peneliti yang terkait dengan penerapan PSAK No 1 tahun 2012 tentang penyajian laporan keuangan dan PSAK no 2 tahun 2012 tentang laporan arus kas pada penyajian laporan keuangan PT Golden Retailindo sebagai UKM yang telah *go public*.
- b. Memberikan perbandingan antara teori dan praktek yang terjadi di lapangan terkait dengan penerapan PSAK No 1 tahun 2012 tentang penyajian laporan keuangan dan PSAK no 2 tahun 2012 tentang laporan arus kas pada penyajian laporan keuangan pada PT Golden Retailindo sebagai UKM yang telah *go public*.

##### **2. Bagi Universitas**

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah perbendaharaan pustaka Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, khususnya Fakultas Ekonomi sehingga

dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti-peneliti lain yang ingin meneliti dengan tema yang sama.

- b. Sebagai rujukan yang bermanfaat untuk memberikan pengenalan, pengetahuan, serta pemahaman kepada mahasiswa akan pentingnya penerapan PSAK No 1 tahun 2012 tentang penyajian laporan keuangan dan PSAK no 2 tahun 2012 tentang laporan arus kas dalam suatu entitas usaha.

## **1.5 Fokus Penelitian**

Penelitian ini difokuskan pada kerangka dasar penyusunan dan penyajian laporan keuangan yang mengacu pada penerapan PSAK No 1 tahun 2012 tentang penyajian laporan keuangan dan PSAK no 2 tahun 2012 tentang laporan arus kas yang berlaku di Indonesia pada PT Golden Retailindo sebagai UKM yang telah *go public*.